

POLÍTICA DE PATROCÍNIO DA SANEPAR

1. DISPOSIÇÕES GERAIS

Revisado na 3ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração - CA, realizada no dia 12 de março de 2019 (Versão 4).

2. OBJETIVO

O objetivo desta Política é orientar as ações relativas à concessão de patrocínios pela Sanepar, buscando garantir a efetiva comunicação institucional com seus públicos de interesse.

3. ABRANGÊNCIA

Esta política aplica-se a empregados, agentes de governança, organizadores de eventos ou demais pessoas jurídicas que busquem uma relação com a Companhia por meio de concessão de patrocínios.

A Política encontra-se disponível no endereço eletrônico: <http://www.sanepar.com.br> e, uma vez aprovada pelo Conselho de Administração, deverá ser divulgada a todas as pessoas que devem cumpri-la.

4. REFERÊNCIAS

- Políticas de Patrocínio de diversas empresas do porte da Sanepar, como por exemplo Light, Copel, Eletrobrás, Itaipu, Caixa Econômica, Petrobrás e BRDE.
- Código de Conduta e Integridade.
- Lei 13.303/2016
- Tabela de Limites de Competências - RILC

Esta Política deverá ser lida e interpretada juntamente com o Código de Conduta e Integridade da Sanepar e demais políticas corporativas.

5. DEFINIÇÕES

Os principais termos citados nesta política corporativa incluem:

- a) **Patrocínio:** Ação de comunicação que se realiza por meio de repasse de recursos financeiros para associação da marca da Sanepar e/ou de seus produtos e serviços a projeto de iniciativa de terceiro, de cunho social e ambiental, educacional, técnico-científico, cultural e esportivo, ou cujos temas sejam convergentes com os interesses da Companhia, com objetivo de ampliar o relacionamento com seus públicos de interesse e fortalecer a imagem da Companhia. Também se entende por Patrocínio o apoio a projetos vinculados a incentivos fiscais, conforme item 8.2 desta Política.
- b) **Proponente:** Aquele que submete à apreciação da Sanepar solicitações de Patrocínio.
- c) **Organizador:** Aquele que organiza os eventos patrocinados.
- d) **Agentes de Governança:** São todos os diretores, conselheiros e membros de comitês da Companhia.
- e) **Apoio institucional:** Qualquer tipo de apoio que não envolva recurso financeiro, não se configurando como patrocínio.

6. DIRETRIZES

As ações devem revestir-se de relevância para o fomento da Missão da Companhia, considerando a abrangência e importância da iniciativa. Será dada prioridade a projetos que estejam vinculados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), realizados no Estado do Paraná e que tenham aderência com um ou mais dos eixos abaixo:

- a) Social e ambiental: projetos sociais e ambientais que estejam em consonância com os compromissos e boas práticas da Sanepar;
- b) Educacional: projetos de natureza sociais e educativas que contribuam para o exercício da cidadania e o empoderamento das comunidades;

-
- c) Técnico-científico: eventos que fomentem pesquisa, inovação e desenvolvimento tecnológico, especialmente no setor de saneamento ambiental;
 - d) Cultural: projetos de natureza cultural que atendam, prioritariamente, aos critérios definidos em leis de incentivo;
 - e) Esportivo: projetos de natureza esportiva que atendam, prioritariamente, aos critérios definidos em leis de incentivo. Incluem-se aqui patrocínio a empregados/as da Sanepar que sejam atletas de alto rendimento, vinculados a uma federação ou confederação esportiva, aptos a representar a Empresa em competições de nível nacional e internacional;
 - f) Projetos especiais: projetos de outros segmentos não listados acima que se enquadrem nas áreas de interesse e atuação da Sanepar;
 - g) Incentivo Fiscal: projetos que atendam aos critérios definidos na Lei Federal de incentivo à cultura 8.313/91 (Lei Rouanet), na Lei de Incentivo ao Esporte 11.438/06 (LIE), no Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon), e no Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD). Os recursos destinados aos Fundos da Criança e do Adolescente (FIA) e do Idoso, são repassados diretamente à Secretaria da Justiça, Família e Trabalho;
 - h) Temas afetos às Diretorias da Sanepar.

7. RESTRIÇÕES

7.1 Não são passíveis de patrocínios projetos ligados a atividades:

- a) Que não estejam de acordo com o Código de Conduta e Integridade da Sanepar;
- b) Que causem ou possam vir a causar impacto social e ambiental negativo;
- c) Que possuam caráter político-partidário ou religioso (exceto festas tradicionais, atos ecumênicos ou iniciativas humanitárias);
- d) Que promovam jogos de azar;

- e) Que tenham fins especulativos ou que visem lucro;
- f) De natureza discriminatória e sectária;
- g) Que usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- h) Que estimulem maus tratos a animais, ainda que não coibidos por lei;
- i) Que estimulem o consumo de bebidas alcoólicas, cigarro e outras drogas, mesmo que subliminarmente;
- j) Que incentivem qualquer forma de violência.

7.2 Não serão admitidos projetos de patrocínios:

- a) Cujos organizadores ou proponentes não comprovem idoneidade fiscal e previdenciária e/ou estejam inadimplentes junto à Sanepar ou à Administração Pública;
- b) Propostos ou organizados por agentes de governança, empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da Sanepar, enquanto estiverem prestando serviços nessas empresas, durante a vigência de seu contrato, além de seus familiares com grau de parentesco até o terceiro grau, exceto nos casos já citados nas Diretrizes desta Política;
- c) Propostos ou organizados por associações de empregados ativos ou inativos da empresa;
- d) Propostos ou organizados por pessoas jurídicas em que agentes de governança e empregados efetivos, contratados e/ou terceirizados da Sanepar, sejam proprietários, sócios ou que exerçam função de direção, exceto entidades sem fins lucrativos;
- e) Propostos ou organizados por pessoas jurídicas com relação contratual de prestação de serviços ou fornecimento de bens com a Sanepar advindos de processo licitatório ou de aquisição direta;
- f) Propostos ou organizados por entidades que possuam empregados em regime de escravidão ou que empreguem menores de 16 anos, ou menores

de 18 anos em trabalho noturno ou insalubre, ressalvados os casos de adolescentes entre 14 e 16 anos na condição de aprendiz;

g) Propostos ou organizados por entidades que não tenham apresentado prestação de contas parciais ou finais de recursos financeiros anteriormente repassados, ou cujas contas tenham sido rejeitadas pela Sanepar.

8. SOLICITAÇÃO DE PATROCÍNIO

As solicitações deve obedecer às seguintes instruções:

8.1 Apoio direto

a) Ser protocolada com antecedência de 45 dias à data de início da ação, respeitando prazos e procedimentos internos, inclusive para inserção da marca conforme a cota de patrocínio, na sede administrativa da Sanepar em Curitiba (Rua Engenheiros Rebouças, 1376, CEP 80215-900, Rebouças) ou enviada por correspondência registrada nos Correios, destinada à Gerência de Comunicação e Marketing - GCMK;

b) Ser feita por meio de ofício com timbre da instituição solicitante, datado e assinado pelo presidente/responsável pela instituição, acompanhado do Anexo I desta política;

c) Estar acompanhada da seguinte documentação: certidões de regularidade fiscal com as Receitas Federal, Estadual e Municipal, FGTS e Justiça do Trabalho; Estatuto da Organização ou Contrato Social; cópia do RG ou CPF do representante legal da instituição proponente.

8.2 Apoio via leis de incentivo

a) Ser protocolada com antecedência de 45 dias à data de início da ação, respeitando prazos e procedimentos internos, inclusive para inserção da marca conforme a cota de patrocínio, na sede administrativa da Sanepar em Curitiba (Rua Engenheiros Rebouças, 1376, CEP 80215-900, Rebouças) ou enviada por correspondência registrada nos Correios, destinada à Gerência de Comunicação e Marketing - GCMK;

-
- b) Ser feita por meio de ofício com timbre da instituição solicitante, datado e assinado pelo presidente/responsável pela instituição;
- c) Estar acompanhada da seguinte documentação: apresentação do projeto com previsão de cotas/contrapartidas; cadastro/descrição do projeto junto ao Ministério competente onde constem os dados do projeto, dados do proponente e do representante legal, resumo, objetivos, justificativa e custos; página do Diário Oficial da União (DIOU) comprovando a aprovação do projeto junto ao Ministério competente, valor aprovado e prazo de captação dos recursos;
- d) Em caso de não regularidade com qualquer documento, o Contrato de Patrocínio não poderá ser firmado;
- e) A submissão da proposta para análise não garante a aprovação do patrocínio.

9. DEFINIÇÃO DA COTA DE PATROCÍNIO

O valor do patrocínio será definido pela Empresa, em conformidade com sua disponibilidade orçamentária para o exercício corrente, com base nos seguintes critérios:

- Abrangência do evento (local, regional, estadual, nacional e internacional);
- Número de ligações de água do município sede do evento;
- Relevância ambiental, cultural, social e econômica para a comunidade;
- Público-alvo considerando a quantidade e/ou qualificação dos participantes;
- Alcance da divulgação para o fortalecimento da marca;
- Segmento/setor de atuação, com prioridade para saneamento e preservação do meio ambiente - em especial dos recursos hídricos;
- Afinidade à Missão e Valores da Companhia.

10. TRÂMITES

Após protocolada e/ou enviada a solicitação de patrocínio, ela seguirá os seguintes trâmites internos:

- a) Análise documental eliminatória. Caso a solicitação não esteja instruída com todos os documentos necessários, o proponente terá até 5 dias úteis para apresentá-los. Os projetos que não entregarem a documentação neste prazo serão negados, ainda nesta fase;
- b) Análise da proposta pela Gerência de Comunicação e Marketing - GCMK;
- c) Resposta através de e-mail sobre a aceitação ou não do pedido de patrocínio no prazo de até 20 dias da data de protocolo;
- d) Se aceita a proposta, serão negociados valores e contrapartidas;
- e) A contar da assinatura do contrato, o proponente deverá, em até cinco dias úteis, apresentar todo o material em que a marca da empresa será aplicada para aprovação prévia. O uso indevido da marca resulta em penalidades legais.

11. PRESTAÇÃO DE CONTAS

A Prestação de Contas é a apresentação do relatório de aplicação dos recursos no valor aprovado e apresentação de registro fotográfico, exemplares dos materiais de divulgação, vídeos, CDs, DVDs e demais materiais produzidos, assim como cópia de matérias que tenham sido veiculadas na mídia, para comprovação da execução das contrapartidas constantes no Contrato de Patrocínio.

É facultado à Sanepar o direito de, em qualquer tempo, fiscalizar in loco a aplicação dos recursos, bem como solicitar a apresentação de relatórios técnicos ou financeiros que entender pertinentes.

A Beneficiária deverá encaminhar à Gerência de Comunicação e Marketing, no prazo máximo de **30** dias, após o término do evento, a prestação de contas, sob pena de rescisão contratual pelo não cumprimento das cláusulas contratuais.

O repasse do recurso está condicionado à apresentação e aprovação da Prestação de Contas do evento. O uso adequado da marca em toda a divulgação contratada é condição para o repasse, que será efetuado em parcela única após a realização do evento.

No Anexo II, desta Política, tem a orientação, passo a passo, da referida Prestação de Conta do evento.

Os casos omissos ou a serem excepcionalizados serão submetidos à apreciação da Gerência de Comunicação e Marketing e posterior decisão em Reunião de Diretoria da Sanepar.

12. RESPONSABILIDADES

O uso e a aplicação da marca nos casos de apoio institucional deverão ser previamente aprovados pela Gerência de Comunicação e Marketing da Sanepar.

A aprovação final das propostas a serem patrocinadas pela Sanepar deve passar por sua Diretoria Colegiada, respeitando a tabela de Limites de Competência da Companhia.

A revisão e a atualização desta Política de Patrocínio cabem às Gerências de Comunicação e Marketing - GCMK e Governança, Riscos e Compliance - GGRC.

Os casos omissos ou a serem excepcionalizados serão submetidos à apreciação da Gerência de Comunicação e Marketing e posterior decisão em Reunião de Diretoria da Sanepar (REDIR).

13. ANEXOS

Os anexos indicados abaixo são parte integrante, da presente Política, e compreendem outras diretrizes e procedimentos da Sanepar.

Anexo I - Formulário para Solicitação de Patrocínio

Anexo II - Modelo - Relatório de Prestação de Contas

14. DISPOSIÇÕES FINAIS

Dúvidas com relação à interpretação desta Política devem ser esclarecidas com a CGMK ou com a área de Compliance da Sanepar.

Esta política entra em vigor na data de sua aprovação pelo CA.

15. HISTÓRICO

| Política de Patrocínio | | | Versão | 4 |
|------------------------|------------|--|---------------------------|--|
| | | | Área Gestora | GCMK |
| | | | Sigilo | Público Externo |
| Versão | Data | Responsável | Aprovador | Descrição da Alteração |
| 1 | 03/05/2016 | Secretaria Geral da Diretoria da Presidência | Conselho de Administração | Emissão Inicial |
| 2 | 19/10/2018 | Gerência de Comunicação e Marketing | Conselho de Administração | Revisão |
| 3 | 18/12/2018 | Gerência de Comunicação e Marketing | Conselho de Administração | Inclusão do item 5 - orientações para projetos autorizados a captar recursos por meio de renúncia fiscal. |
| 4 | 12/03/2019 | Gerência de Comunicação e Marketing | Conselho de Administração | Revisão e adaptação ao padrão de <i>Compliance</i> , em especial nos item 4.1 – Lei Rouanet; item 5.2 - redução de prazo de 90 para 45 dias; item 7 – redução de prazo de 30 para 20 dias; item 8 – anexo II e item 9. |

ANEXO I
Formulário para Solicitação de Patrocínio

| 1. DADOS DA PROPONENTE (Pessoa Jurídica que deseja ser patrocinada) | | | |
|---|--------------------|---------------------|--------|
| Razão Social | | | |
| C.N.P.J | Inscrição Estadual | Inscrição Municipal | |
| Endereço | | | Nº |
| Bairro | Cidade | Estado | CEP |
| Telefone (fixo) | Telefone Celular | Web site | E-mail |
| Finalidade Lucrativa <input type="checkbox"/> Empresa com fins lucrativos classificada como <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequena <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Grande <input type="checkbox"/> Entidade sem fins lucrativos <input type="checkbox"/> ONG <input type="checkbox"/> OSCIP <input type="checkbox"/> Outros: _____ _____ | | | |

| 2. DADOS BANCÁRIOS DA PROPONENTE DO APOIO | | | |
|---|------------|----------------|----------|
| TITULAR | | | |
| BANCO | AGÊNCIA Nº | CONTA CORRENTE | OPERAÇÃO |

| 3. PROJETO (Nome oficial do Projeto/Evento) | | | |
|---|---------------------|--------|--------|
| Nome do Projeto | | | |
| Período de Realização | Local de Realização | Cidade | Estado |

| 4. REPRESENTANTES LEGAIS (Pessoa Física que representa legalmente a entidade/empresa Proponente com poderes para assinar o contrato) | | |
|--|---------|---------------|
| Nome | RG nº | Órgão Emissor |
| Cargo | CPF nº | |
| Telefone | Celular | E-mail |

Se a representação legal da instituição for exercida em conjunto, isto é, por mais de uma pessoa, indicar abaixo os dados dessa Pessoa Física.

| | | | |
|-----------------|----------------|---------------|----------------------|
| Nome | | RG nº | Órgão Emissor |
| Cargo | | CPF nº | |
| Telefone | Celular | E-mail | |

5. RESPONSÁVEL TÉCNICO PELO PROJETO (Pessoa como quem o Sanepar deverá manter contato e com quem serão mantidas as negociações de contrapartidas)

| | | | |
|----------------------|-------------------------|---------------|----------------|
| Nome | | Cargo | Celular |
| Telefone Fixo | Telefone Celular | E-mail | |

6. VALOR SOLICITADO - COTA DE PATROCÍNIO

Cota de Patrocínio

| | |
|----------------------|---|
| R\$ (extenso) | Cota equivalente a x% do custo total estimado |
|----------------------|---|

7. APRESENTAÇÃO DO EVENTO / PROJETO

Informar em que consiste o evento / projeto

8. PÚBLICO-ALVO E ABRANGÊNCIA DO PROJETO

Informar:

- a. Estimativa de público (visitante, expositor, participante);
- b. Perfil do público;
- c. Segmentos empresariais beneficiados;
- d. Metas a serem atingidas.

9. CRONOGRAMA DO EVENTO/PROJETO

Informar:

- a) Etapas / fases de execução do evento;
- b) Plano de aplicação dos recursos financeiros;
- c) Cronograma de desembolso;
- d) Previsão de início e fim da execução do objeto, bem como da conclusão das etapas ou fases programadas.

Indicação de Possíveis Contrapartidas:

Inserção de logomarca da Sanepar em:

| CONTRAPARTIDA DE IMAGEM: Espaço de interação e exposição da logomarca do patrocinador | |
|--|-------|
| ADESIVOS | _____ |
| BACKDROP DE ENTREVISTAS | _____ |
| BANDEIRAS E BANDEIROLAS | _____ |
| BANNERS DO EVENTO (logomarca da Sanepar) | _____ |
| BANNERS DA SANEPAR (confeccionados pelo requerente do apoio) | _____ |
| BLIMP da Sanepar (confeccionado pelo requerente) | _____ |
| BLOCOS DE ANOTAÇÃO | _____ |
| CAMISETAS DO EVENTO | _____ |
| CANETAS DO EVENTO | _____ |
| CARTAZES DO EVENTO | _____ |
| CONVITES DO EVENTO | _____ |
| CATÁLOGOS | _____ |
| CRACHÁS DE TRABALHO DO STAFF | _____ |
| CREDENCIAIS | _____ |
| ESTANDE | _____ |
| EXIBIÇÃO VÍDEO INSTITUCIONAL DA SANEPAR | _____ |
| FAIXAS | _____ |

| | |
|--|-------|
| FOLDERS | _____ |
| INGRESSOS | _____ |
| MÍDIA EXTERNA (OUTDOOR/BUSDOOR) | _____ |
| NARRAÇÃO PELO LOCUTOR OFICIAL DO EVENTO | _____ |
| NÚMEROS DE PEITO (Competição esportiva) | _____ |
| PAINÉIS | _____ |
| PALCO (banner de fundo) | _____ |
| PANFLETOS | _____ |
| PASTAS | _____ |
| PLACAS DO EVENTO | _____ |
| PLACAS DA SANEPAR (confeccionados pelo requerente) | _____ |
| PÓRTICO DE ENTRADA | _____ |
| PRESS KIT | _____ |
| REDES SOCIAIS | _____ |
| RELEASES DE DIVULGAÇÃO À IMPRENSA | _____ |
| SACOLAS | _____ |
| SITE OFICIAL DO EVENTO | _____ |
| TELÃO | _____ |
| TESTEIRAS (palco, estande, etc) | _____ |
| TOTENS | _____ |
| TROFÉUS | _____ |
| UNIFORMES EM GERAL | _____ |
| VINHETAS DE ABERTURA E DE ENCERRAMENTO DO EVENTO | _____ |
| CITAÇÃO DA SANEPAR NA ABERTURA E ENCERRAMENTO DO EVENTO | _____ |
| CITAÇÃO DA SANEPAR NOS RELEASES ENVIADOS À IMPRENSA | _____ |
| DIREITO A INCLUSÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL E/OU PUBLICITÁRIO DA SANEPAR NOS KITS DO PÚBLICO ALVO DO EVENTO/PROJETO | _____ |
| DIREITO AO USO DE IMAGENS RELATIVAS AO PROJETO EM CAMPANHAS DE | _____ |

DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL E/OU
PUBLICITÁRIA DA SANEPAR, INCLUSIVE EM
SEU SITE NA INTERNET _____

CONTRAPARTIDA NEGOCIAL: outras contrapartidas que não relacionem, diretamente, a Sanepar à iniciativa patrocinada, mas que traduzam em ações de oportunidades que visem a aproximação direta da Companhia com o público alvo de interesse do evento/projeto para divulgação de produtos ou serviços.

CESSÃO DE CAMISETAS EM GERAL _____

CESSÃO DE CONVITES, INGRESSOS,
INSCRIÇÕES E/OU CORTESIAS _____

CESSÃO DE DIREITO PARA INSTALAÇÃO
DE ESTANDE DA SANEPAR NO LOCAL
DO EVENTO _____

CESSÃO DE ESPAÇO PARA REALIZAÇÃO
DE AÇÕES PROMOCIONAIS PELA SANEPAR _____

CESSÃO DE LIVROS, CATÁLOGOS, CDS E OUTROS _____

MATERIAIS PRODUZIDOS EM DECORRÊNCIA DO PATROCÍNIO

CESSÃO DE MAILING LIST DOS
PARTICIPANTES DO EVENTO _____

DIREITO A INDICAR PALESTRANTE E/OU
PARTICIPANTE NO EVENTO
(seminários, prêmios, debates, etc) _____

DIREITO À SANEPAR CONVIDAR ATLETAS
E/OU CELEBRIDADES QUE PATROCINA
PARA PARTICIPAR DE AÇÕES DE
RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO ALVO
DO PROJETO _____

CONTRAPARTIDA SOCIAL: ações que visem inclusão social, tais como:

APOIO A CAMPANHAS DE UTILIDADE PÚBLICA _____

CESSÃO DE CONVITES, INGRESSOS,
CREDENCIAIS E/OU INSCRIÇÕES A
PESSOAS CARENTES _____

| | |
|--|-------|
| CONTRATAÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA | _____ |
| DOAÇÕES A INSTITUIÇÕES DE CARIDADE | _____ |
| INCENTIVO AO TRABALHO VOLUNTARIADO | _____ |

CONTRAPARTIDAS AMBIENTAL: iniciativas que visem o desenvolvimento do ambiente e que remetam ao patrocinador a imagem de empresa socialmente responsável.

| | |
|--|-------|
| ADOÇÃO DE INICIATIVAS PARA ORIENTAÇÃO DO DESCARTE CONSCIENTE (de pilhas, material gráfico, material eletrônico, etc) | _____ |
| COLETA SELETIVA DO LIXO PRODUZIDO PELA REALIZAÇÃO DO EVENTO | _____ |
| COMPENSAÇÃO DA “PEGADA” DE CARBONO PRODUZIDO PELA REALIZAÇÃO DO PROJETO | _____ |
| CONFECÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO EM PAPEL RECICLADO | _____ |
| DISTRIBUIÇÃO DE MUDAS PARA REFLORESTAMENTO | _____ |
| DOAÇÕES DE MATERIAL A INSTITUIÇÕES DE RECICLAGEM DE MATERIAL | _____ |
| INSERÇÃO DE FRASE ALUSIVA À PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE NO MATERIAL DE DIVULGAÇÃO DO PROJETO | _____ |
| UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE CAPTAÇÃO E REAPROVEITAMENTO DA ÁGUA DA CHUVA | _____ |
| UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE ECONOMIA DE ENERGIA | _____ |

ANEXO II

Modelo - Relatório de Prestação de Contas

INSTRUÇÕES GERAIS

Leia com atenção todas as informações deste manual antes de enviar a prestação de contas do evento/projeto realizado. Prestações de contas incompletas e/ou fora dos padrões estabelecidos pela Sanepar não serão aceitas.

A normatização do envio da prestação de contas à Sanepar visa a agilização do processo de conferência por parte da equipe técnica da Sanepar, evitando retrabalhos e penalizações devido ao não cumprimento das contrapartidas negociadas. Dessa forma, siga atentamente as orientações e passo a passo desse manual na hora de elaborar a prestação de contas.

O relatório de prestação de contas deverá ser protocolado na sede da Sanepar em Curitiba, por meio físico, **no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos** após a realização do evento / projeto, conforme prevê o Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios (RILC), da Sanepar e Cláusula específica do Contrato de Patrocínio: *“O patrocinado deverá encaminhar à Gerência de Comunicação e Marketing da Sanepar, no prazo máximo de 30 dias corridos após o término do evento, a Prestação de Contas*, contendo:

- a) Relatório final das atividades;
- b) Relação discriminada de todas as despesas pagas em face do patrocínio da Sanepar;
- c) Registro fotográfico do evento que evidencie a realização do evento e o apoio da Sanepar;
- d) Comprovação física das divulgações publicitárias com a inserção da marca da Sanepar.

Na hipótese da não apresentação da **Prestação de Contas** dentro do prazo máximo de **30 dias corridos após o término do evento**, o contrato de patrocínio será rescindido e nenhum recurso será repassado.

RELATÓRIO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS DE PATROCÍNIO**COMO FAZER A PRESTAÇÃO DE CONTAS****PASSO 1**

As ações que constam no Contrato de Patrocínio devem ser comprovadas.

A tabela abaixo é um exemplo de contrapartidas comuns a projetos patrocinados pela Sanepar e orienta a apresentação da evidência da realização.

A prestação de contas deve conter essa tabela preenchida de acordo com as contrapartidas negociadas para seu evento, acompanhada dos registros fotográficos e outros comprovantes necessários.

| 1. CONTRAPARTIDAS | | | | |
|--------------------------|-------------------------|---|------------------------------|--|
| | MÍDIA | Quantidade de inserção | Período de Veiculação | COMO COMPROVAR |
| 1. | TV | | | Envie o VT gravado em CD e cópia do mapa de veiculação em papel timbrado e assinado pela emissora. |
| 2. | RÁDIO | | | Envie o SPOT gravado em CD e cópia do mapa de irradiação em papel timbrado e assinado pela emissora. |
| | MÍDIA IMPRESSA | Formato do anúncio e N° de inserções | Período de Veiculação | |
| 3. | JORNAL | | | Envie somente a página do anúncio contendo a exposição da marca SANEPAR. |
| 4. | REVISTA | | | Envie 1 exemplar da revista que veiculou o anúncio contendo a exposição da marca SANEPAR. |
| | MÍDIA ELETRÔNICA | Quantidade de inserção | Período de Veiculação | |

| | | | | |
|-----|--|--|------------------------------|---|
| | (Sites, Redes Sociais etc) | | | |
| 5. | SITES/REDES SOCIAIS | | | Envie um print screen da página contendo o anúncio com a marca Sanepar. |
| 6. | NEWSLETTER | | | Envie um print screen de cada newsletter enviada contendo a marca da SANEPAR. |
| | Outros - outdoor, busdoor, front-light, mídias alternativas etc. (especificar) | Quantidade | Período de Veiculação | |
| 7. | OUTDOOR / BUSDOOR / FRONT-LIGHT | | | Envie fotos e o mapa de exibição em papel timbrado, assinado pela exibidora. |
| | Peças gráficas / Folheteria | Quantidade impressa | Observações | |
| 8. | Folder, Cartaz, Banners, Pastas, Crachás, Certificados, Placas, Sacolas etc | | | Envie 01 exemplar e nota fiscal comprovando a quantidade. |
| | Outros itens | Detalhamento - tamanho | | |
| 9. | Cessão de Estande (m²) | Infraestrutura disponibilizada (ex. mobiliário) | | Envie fotos do estande montado. |
| 10. | Cessão de espaço para Sanepar realizar palestras e/ou participar como painalista, mediador etc. | Tema da palestra: Data: Tempo de duração: | | Envie fotos do palestrante durante o evento. |
| 11. | Espaço para exibição de vídeos institucionais da Sanepar durante | | | Envie fotos do vídeo da SANEPAR sendo exibido no telão durante o evento. |

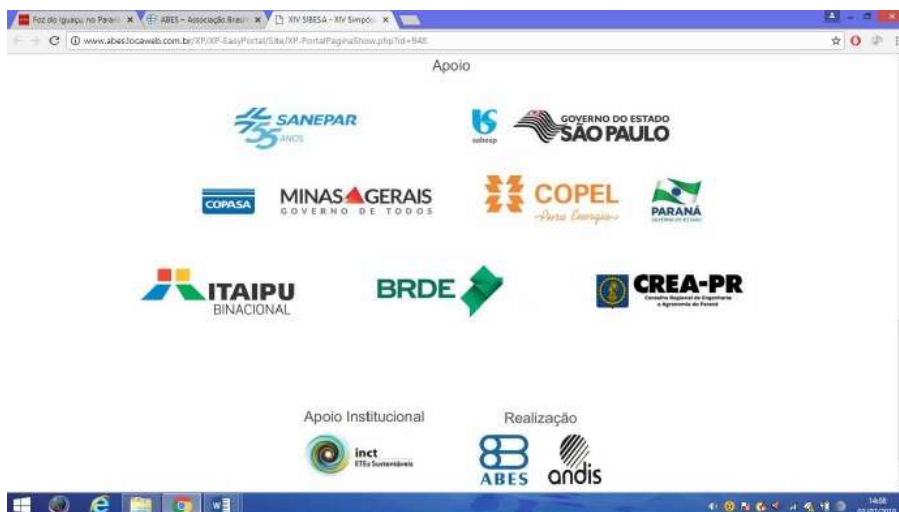
| | | |
|-----|--|--|
| | seu evento | |
| 12. | Citação do apoio da Sanepar durante a cerimônia de abertura ou encerramento do evento | Envie o registro de audiovisual somente da referência à Sanepar no evento. |

PASSO 2 -

IDENTIFICANDO AS FOTOS / REGISTROS ENVIADOS

As fotos que comprovam a execução de contrapartidas devem ser identificadas e numeradas de acordo com a tabela de contrapartidas. Veja os exemplos a seguir:

1. Inserção da logomarca da Sanepar no *site* do evento.



<http://www.abes.locaweb.com.br/XP/XP-EasyPortal/Site/XP-PortalPaginaShow.php?id=948>

Imagem 5 – Logomarca da Sanepar no site do evento.

2. Projeção da logomarca da Sanepar no telão do auditório nos intervalos das palestras.



Imagem 6 – Logomarca da Sanepar no telão do evento.

- 3. Exibição do vídeo institucional da Sanepar (1min) durante os intervalos das palestras.**



Exibição Vídeo Institucional

Imagem 11 – Exibição de vídeo institucional da Sanepar durante o evento.

PASSO 3

VERIFICANDO O MATERIAL ANTES DE ENVIÁ-LO À SANEPAR

Antes de enviar sua prestação de contas, coloque os comprovantes em ordem numérica e verifique se **TODOS** os itens negociados estão evidenciados. Se, por exemplo, tiverem sido negociadas 10 ações de exibição da marca da Sanepar como contrapartida, a prestação de contas deverá ter 10 itens evidenciados.

PASSO 4**RELAÇÃO DE TODAS AS DESPESAS PAGAS DE ACORDO COM O PATROCÍNIO DA SANEPAR**

A planilha abaixo deve ser preenchida e enviada junto com sua prestação de contas, acompanhada das notas fiscais (cópias simples) referentes às despesas pagas para realização do evento. O valor que deve ser comprovado é somente o repassado pela Sanepar, não do valor de todos os patrocínios recebidos.

| Nº de ordem | Favorecido | Descrição da despesa | Nº da N.F | Valor | Data |
|--------------------|-------------------|-----------------------------|------------------|--------------|-------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

LOCAL E DATA

Nome e assinatura do proponente
ou seu responsável legal

RESUMO

- O RELATÓRIO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS SERÁ COMPOSTO DE:
 - 1) Tabela de contrapartidas preenchida – PASSO 1;
 - 2) Comprovantes físicos necessários (jornais, revistas, cartazes, camisetas, panfletos, etc), fotografias devidamente identificadas, CDs, mapas de veiculação, etc – PASSO 2;
 - 3) Notas fiscais que comprovam as despesas pagas para realização do evento – PASSO 4.

- O Relatório de Prestação de Contas enviado à Sanepar deve ser datado e assinado pelo proponente ou seu representante legal.

Sanepar - Companhia de Saneamento do Paraná

Gerência de Comunicação e Marketing – GCMK / Gestão de Patrocínio

Sede Administrativa - Rua Engenheiros Rebouças, 1376 - Rebouças
CEP 80215 900 | Curitiba | Paraná| Brasil